



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
ORIENTADORA: ELEN CRISTINA GERALDES

CATARINA CRISTINA BORGES RIBEIRO

# Férias no fogão

Um livro de culinária infantil

BRASÍLIA-DF, FEVEREIRO DE 2013  
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

CATARINA CRISTINA BORGES RIBEIRO

# Férias no fogão

Um livro de culinária infantil

Projeto final experimental apresentado à Banca Examinadora do Curso de Comunicação Social da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Elen Cristina Gerales

BRASÍLIA-DF, FEVEREIRO DE 2013

CATARINA CRISTINA BORGES RIBEIRO

MEMORIAL DE PROJETO DE PESQUISA

FÉRIAS NO FOGÃO

UM LIVRO DE CULINÁRIA PARA CRIANÇAS

BANCA EXAMINADORA

---

Elen Cristina Geraldês  
Orientadora

---

Selma Regina Nunes Oliveira  
Membro 1

---

Wagner Antonio Rizzo  
Membro 2

BRASÍLIA-DF, FEVEREIRO DE 2013

## AGRADECIMENTOS

Ao meu pai, por sua dedicação e amor que sempre me fizeram mais forte, me motivando a ir além. Este trabalho também é seu!

Ao meu irmão, Fred, pelo amor, atenção e apoio incondicional.

À minha irmã, Maria Clara, por todo amor e carinho, pelas risadas que me encantam e enchem de alegria e leveza. Amo você!

Agradeço à Professora Elen, pelo incentivo, dedicação, carinho e atenção sempre constantes.

Às minhas amigas pelo apoio e afeto que sempre me fortalecem.

Ao 2º/2008 por preencher a minha vida com muita alegria, motivação e amizade.

Enfim, a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a execução desse trabalho.

"Se somos aquilo que comemos, então só quero comer coisas boas."

(Filme: Ratatouille)

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. PROBLEMA DE PESQUISA .....	10
3. JUSTIFICATIVA .....	11
3.1. Criança, meios de comunicação e consumo .....	11
3.2 A culinária como patrimônio cultural brasileiro.....	12
3.3 A motivação pessoal.....	12
3.4 Por que um livro? .....	13
4. OBJETIVOS .....	14
4.1 Geral .....	14
4.2 Específicos .....	14
5. REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
5.1 O que a vovó comia é mais saudável que o que comemos hoje .....	15
5.2 A dialética da comunicação.....	17
5.3 A forma do livro.....	17
6. METODOLOGIA .....	19
6.1 O processo.....	19
6.2 A história da história .....	21
6.3 O brainstorm .....	25
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	26
8. REFERÊNCIA .....	27
8.1 Referência bibliográfica.....	27
8.2 Sites consultados.....	27
8.3 Referencial estético e narrativo .....	28
8.4 Filmes, vídeos e documentário assistidos.....	28
ANEXO 1 - ORÇAMENTOS .....	29
.....	31
.....	33

## RESUMO

O presente projeto experimental apresenta como produto final um livro de culinária infantil que materializa como questão de fundo minhas inquietações quanto à dualidade manifesta pela comunicação em suas funções econômico-mercadológica e social no contexto da alimentação. Os meios de comunicação ao se colocarem a serviço do complexo industrial alimentício contribuem para naturalizar diversos produtos e substâncias comestíveis que até então não eram considerados comida. A partir da perspectiva crítica de Michael Pollan (2008)<sup>1</sup> que defende a comida, no contexto dos alimentos tradicionais, aqueles que as avós reconheceriam como comida, se estrutura a criação do livro “Férias no Fogão”. Sua proposta conceitual se utiliza de recursos de linguagem e de um projeto gráfico pensados para atrair, de forma lúdica, a atenção e a empatia da criança para com o tema proposto. “Férias no Fogão” está organizado em duas estruturas de conteúdo: a primeira composta por uma narrativa literária e a segunda reservada para receitas culinárias. Ana Pitanga, protagonista da narrativa, encontrará nos encantos da cozinha, bem como nos saberes tradicionais de sua avó, a oportunidade para reconhecer, experimentar e valorizar a comida para além do produto alimentício.

Palavras-chave: Comunicação; Livro de receitas para crianças; Culinária; Literatura infantil.

---

<sup>1</sup> Professor de jornalismo da Universidade da Califórnia em Berkeley e escritor do livro “Em defesa da comida”.

## 1. INTRODUÇÃO

A comida pode ser interpretada como importante meio para se comunicar valores, sentidos e identidades.

"Hoje há milhares de outras substâncias comestíveis com aparência de comida nos supermercados. Esses novos produtos da ciência da alimentação vem muitas vezes em embalagens cobertas de alegações quanto aos benefícios que trazem para a saúde" (Pollan, 2008, p. 20)

Pode-se afirmar que os meios de comunicação, apesar de serem marcados por uma multiplicidade de funções, nessa perspectiva, assumem papel ativo na promoção dos lançamentos da indústria alimentar. Divulgando produtos relacionados a benefícios nutricionais, bem como, produtos fortemente marcados pelo excesso de sódio, açúcares, gorduras e conservantes.

Porém, em sua função social, tais meios extrapolam o ato de transmitir informações para assumirem o papel, também ativo, de ferramentas de desconstrução. Inspirada nessa dualidade e admitindo de igual forma, a multiplicidade da função da comida que supera a mera necessidade do ser humano nutrir o organismo, é que optei por transformar essa temática em um livro de culinária infantil.

Nesse sentido, este projeto final de conclusão de curso, adquire um perfil mais personalizado, identificado com minhas vivências, experiências, traços e textos pessoais. A meu ver, um país de dimensões continentais como o Brasil, que apresenta uma cultura marcada pela diversidade, uma população que reflete matrizes de identidade tão singulares e uma vocação agrícola tão presente, permite ser observado à luz do patrimônio imaterial de sua culinária.

Cozinhar é uma arte. Arte que envolve o domínio de técnicas, métodos e segredos. Cozinhar envolve química, física e, principalmente, vontade de se arriscar, vontade de experimentar o novo, o diferente. O ato de cozinhar envolve todos os sentidos: o olfato, o tato, a visão e, principalmente, o paladar.

Cozinhar exerce fascínio, é algo terapêutico. Um lugar, um momento, uma diversão, um grande prazer. Isso se comprova pela quantidade de livros editados sobre o assunto. Existem livros especializados em fazer com que os mais banais ingredientes se transformem em receitas irresistíveis e saborosas, por exemplo, em uma livraria você pode encontrar livros que têm como protagonista de todas as receitas o ovo ou o tomate.



Vejo a cozinha como um lugar destinado à criatividade e, totalmente aberto à experimentação. Aprendi, por exemplo, que não tem graça seguir à risca uma receita, que é importante inventar e improvisar. Na cozinha descobri, o quão gratificante é ver elogiada uma receita preparada com carinho.

Na minha casa cozinhar é uma ação que reúne toda a família, quando digo toda a família incluo também os meus irmãos de sete e treze anos. Fui criada assim, tanto que estranhava quando meus amiguinhos diziam que as suas mães e os seus pais não os deixavam chegar perto da cozinha e que “cozinha é lugar de gente grande, pois é perigoso demais para uma criança!”. Bom, é óbvio que a cozinha é um lugar que pode oferecer grandes riscos, ainda mais na ausência de um adulto, de uma supervisão. Mas cozinhar pode se tornar uma vivência educativa e terapêutica quando adaptada ao universo infantil.

Participar do processo de produção da comida se torna interessante para a criança por diversas razões. Inicialmente por permitir que a criança entre em contato com um universo repleto de novos estímulos. Outra vantagem é que, em contato com a produção do alimento os elementos que causam estranheza ao universo infantil, como por exemplo: “o verdinho”, “esse negócio aqui”, “isso vermelho” e “esse matinho” acabam por ganhar significado no imaginário infantil se apresentando como salsinha, tomate, pimentão, etc. Assim, o ato de cozinhar apresenta para a criança o alimento para além dos estímulos de consumo.

Portanto, este não é um livro que se compromete a oferecer receitas inéditas ao leitor. A preocupação com a comida, baseada no resgate dos alimentos tradicionais da cultura brasileira e a criação de um personagem infantil que protagoniza toda essa aventura estabelecem para as receitas propostas um caráter exemplificativo e de estímulo à experimentação. A intenção é tornar a criança protagonista no processo decisório e produtivo da comida.

## 2. PROBLEMA DE PESQUISA

Apesar do crescimento dos cursos de gastronomia e do interesse dos meios de comunicação sobre o tema, boa parte da população, em face da dinâmica contemporânea, tem alterado os seus hábitos alimentares de forma prejudicial. As crianças em face da rotina familiar e do forte estímulo dos meios de comunicação estão adotando em sua dieta o consumo de alimentos fortemente marcados pelo alto teor de sódio, gordura, açúcar e conservantes.

Admitindo-se o princípio de que é na infância que se firmam os hábitos alimentares, torna-se imprescindível a adoção de iniciativas que contribuam para oferecer alternativas para que a criança tenha acesso, de forma lúdica, a outras fontes de comunicação. Neste sentido, esse trabalho está orientado para a criação de um produto de comunicação que visa estimular a criança a realizar experiências de preparo da comida, dando a ela a oportunidade de ampliar o seu vocabulário alimentar.

### 3. JUSTIFICATIVA

#### 3.1. Criança, meios de comunicação e consumo

Atualmente as crianças estão sendo estimuladas pelos meios de comunicação a consumirem os mais diversos produtos alimentícios. Pais e mães, dada à intensa carga de trabalho, acabam se tornando ausentes no processo de educação alimentar de seus filhos. Foi-se o tempo em se podia consumir o típico arroz, feijão, salada e bife da mamãe. Pratos pré-preparados ganharam um enorme espaço nas prateleiras dos supermercados, sucos industrializados são mais práticos, molhos já vem prontos, tudo é pensado para facilitar a vida do consumidor.

Vida repleta de facilidades, mas, como consequência, os possíveis danos à saúde ficam em segundo plano. Além disso, perde-se a riqueza do ato de “fazer” a comida como uma experiência, algo compartilhado entre toda a família, onde receitas tradicionais eram passadas de geração em geração e as pessoas podiam fazer da cozinha um espaço de encontro e convivência.

Em consequência disso, as crianças são prejudicadas e cerceadas no seu direito de escolha; muitas só conhecem legumes, verduras e frutas pelo nome. Tal situação é exemplificada no documentário “Criança, a alma do negócio”<sup>2</sup>, onde é realizada uma experiência em que legumes e verduras são apresentados a um grupo de crianças que não os identificam, mas, quando a apresentação passa a ser de logomarcas, a identificação é assertiva.

Torna-se preocupante que crianças sejam expostas cada vez mais cedo aos apelos e produtos dos meios de comunicação que estimulam de forma pouco responsável o consumo. Esta exposição acaba por favorecer o consumo acrítico, onde o desejo muitas vezes não é inato. Tal situação se torna ainda mais crítica quando analisamos a alimentação infantil sob a perspectiva da saúde pública. É aqui que se justifica o olhar crítico da função social da comunicação.

A sociedade atual vive uma epidemia de obesidade, as crianças estão sofrendo cada vez mais com esta enfermidade. Este é um mal que a publicidade contribui para agravar, pois mais de 50% da publicidade para crianças na televisão é de alimentos, e, destas 80% são dos

---

<sup>2</sup> Documentário brasileiro, realizado pelo Instituto Alana, que reflete sobre como a sociedade de consumo e as mídias de massa impactam na formação e utilizam crianças e adolescentes.

alimentos classificados como não saudáveis, que englobam: alimentos calóricos, com alto teor de açúcar ou/e de gorduras, e, pobres em nutrientes (Criança, a alma do negócio - Instituto Alana). Logo, seja pelas propagandas televisivas, pelos desenhos nas embalagens, pelos brindes distribuídos junto com os alimentos ou pela ausência de uma orientação familiar, a escolha de alimentos industrializados está cada vez mais presente na mesa do brasileiro, como aponta pesquisa realizada pelo IBGE <sup>3</sup>em seu estudo de análise de consumo entre os anos de 2008 e 2009.<sup>4</sup>

### 3.2 A culinária como patrimônio cultural brasileiro

“A maneira de comer é um dos meios mais poderosos de que um povo tem de expressar e preservar sua identidade cultural(...)”  
(Pollan, 2008, p. 69)

A comida brasileira é um patrimônio, ela deve ser identificada, reconhecida, preservada e transmitida para as crianças. Nesse sentido, surge no livro a metáfora da avó como um “mestre do saber” que no espaço da sua cozinha introduz a personagem principal ao universo dos sabores, dos aromas, das texturas e dos gostos de pratos tradicionais da culinária. Os pratos e ingredientes apresentados no livro adquirem uma função pedagógica no sentido de fortalecerem os vínculos de pertencimento e a ampliação do conhecimento infantil sobre a identidade brasileira.

### 3.3 A motivação pessoal

Durante quatro semestres, fui extensionista em um projeto de estudos do departamento de nutrição chamado PropagaNUT <sup>5</sup> que tinha por objetivo estudar a relação entre a publicidade e a alimentação. Participar desta pesquisa ampliou minha visão sobre o papel da publicidade. Pude percebê-la em sua dualidade, como uma ferramenta extremamente poderosa a serviço do complexo industrial alimentício, mas que também pode ser utilizada para proteger interesses compromissados com o bem-estar social.

---

<sup>3</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

<sup>4</sup> [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1937&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1937&id_pagina=1)

<sup>5</sup> Alimentação e Nutrição nas diferentes mídias – PropagaNUT  
[http://sigproj1.mec.gov.br/apoiados.php?projeto\\_id=42287](http://sigproj1.mec.gov.br/apoiados.php?projeto_id=42287)

No PropagaNUT, acompanhava a questão da regulamentação publicitária direcionada aos alimentos, causa com a qual simpatizo, principalmente, quando direcionada ao público infantil. Logo, esse foi um assunto recorrente nas minhas pesquisas e trabalhos acadêmicos. A intimidade com o tema me inspirou a desenvolver o presente projeto final.

Faço questão de enfatizar que, ao longo de minha experiência acadêmica, tive mais afinidades com as atividades da escrita, do planejamento e do marketing. Porém, para o trabalho de conclusão de curso, decidi sair da zona de conforto para exercitar outras habilidades e competências. Entendi que seria enriquecedor exercitar a capacidade criativa no processo de produção de um livro de culinária infantil.

Reafirmo que o livro representa uma oportunidade singular, de experimentar outro lado que julgo de extrema importância para um publicitário, o exercício criativo. Tomada por essa inquietude, escolhi escrever, ilustrar e diagramar o “Férias no fogão”. É aqui, no âmbito acadêmico, lugar que favorece a experimentação, que me proponho a planejar e executar todo o processo criativo que envolve a concepção do texto literário, do projeto gráfico, da criação dos personagens, da ilustração e escolha da tipografia.

### 3.4 Por que um livro?

Apesar dos avanços tecnológicos que marcam a sociedade do conhecimento, o livro físico ainda se apresenta como um suporte essencialmente acessível e exerce papel de extrema importância no processo de democratização do acesso à informação, ao conhecimento e de estímulo à leitura. Além do mais, o livro, especialmente no formato infantil, tem ocupado um lugar de destaque no processo de transmissão de valores para a criança, dada a sua versatilidade para interconectar a imagem sonora, visual e escrita. E, por último, é importante, também, ressaltar que o livro pode ser considerado um exemplar do meio impresso – em geral, embora já existam versões audiovisuais – e um produto desse meio.

## 4. OBJETIVOS

### 4.1 Geral

O objetivo do projeto é a elaboração de um produto de comunicação estruturado no formato de livro literário e de receitas culinárias, orientado para o público infantil, que conjugue um texto atraente em um formato adequado ao público-alvo.

### 4.2 Específicos

- 4.1.1 Valorizar a culinária brasileira tradicional como elemento de nossa identidade cultural;
- 4.1.2 Fazer a cozinha, a experiência culinária e a comida algo presente na vida infantil;
- 4.1.3 Estimular o público infantil a desenvolver experiências culinárias com ingredientes e alimentos tradicionais brasileiros;
- 4.1.4 Contribuir para a valorização da comida para além do produto alimentício;
- 4.1.5 Fomentar a leitura junto ao público infantil.

## 5. REFERENCIAL TEÓRICO

### 5.1 O que a vovó comia é mais saudável que o que comemos hoje

As pessoas comem por muitas razões além da questão de sanar a fome:

“O raciocínio nutricionista se tornou tão onipresente que ficou invisível. Esquecemos que historicamente as pessoas comem por muitas razões além da necessidade biológica. Comida também tem haver com o prazer, comunidade, família e espiritualidade, com nossa relação com o mundo natural e com a expressão da nossa identidade. Já que os seres humanos fazem refeições juntos, a alimentação tem relação tanto com a cultura quanto com a biologia.” (POLLAN, 2008, p.16)

A alimentação e o ato de comer, quer pela implementação de novas tecnologias, quer pelas formas de organização social, sofreram grandes alterações ao longo do processo histórico que marca a trajetória humana. Essas alterações se tornam mais marcantes em face do fenômeno da emancipação das mulheres, da atuação dos meios de comunicação à serviço da indústria alimentícia, bem como da tomada crescente de refeições feitas de forma individualizada<sup>6</sup>.

A quebra e o enfraquecimento das tradições alimentares brasileiras geram certo desequilíbrio nos hábitos alimentares. Evidências apontam, independentemente de classe social e renda, que é alto o teor de açúcar e insuficiente a participação de frutas e hortaliças na mesa do brasileiro (IBGE – estudo de análise de consumo 2008/2009).

Representativamente, o sistema tradicional brasileiro de alimentação é composto por seis refeições ao dia: café da manhã, lanche da manhã, almoço, lanche da tarde, jantar e ceia<sup>7</sup>. Outra característica da tradição alimentar brasileira está na combinação dos alimentos, com a mistura de vários tipos de ingredientes em uma mesma refeição. Pollan (2008) defende que foi justamente o processo de industrialização que transformou a comida em um produto alimentício, algo que na verdade não é comida.

Ele argumenta que precisamos defender a comida de dois fatores: da ciência da nutrição de um lado e da indústria alimentícia do outro<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> BARBOSA, Livia. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros.

<sup>7</sup> Idem

<sup>8</sup> Pollan, 2008, p.15

“Nas últimas décadas, porém mamãe perdeu grande parte da sua autoridade sobre o cardápio do jantar, cedendo-a a cientistas e marqueteiros da alimentação (muitas vezes uma aliança malsã de ambos)(...)Pense nisso: não comemos mais o que nossas mães comiam na infância ou, no caso, o que nossas mães nos davam para comer quando éramos crianças. Isso é, historicamente falando, uma situação inusitada.” (POLLAN, 2008, p.11)

Impactada por esse panorama da alimentação no Brasil, se encontra a criança que acaba sendo exposta cada vez mais cedo ao produto alimentício. Esta exposição é estimulada pelos meios de comunicação e pelos recursos de marketing<sup>9</sup>.

E qual é o papel do marketing e da publicidade neste tipo de comportamento alimentar? O marketing e a publicidade afetam a escolha pessoal, os perfis de consumo, “(...) o discurso persuasivo da publicidade não visa tanto à compulsão pela compra, mas a adesão do consumidor ao consenso social anunciado.” (CARRASCOZA, 2008, p. 218); assim, consume-se para pertencer a um grupo social. Logo, a cultura estabelecida pelos meios de comunicação difunde comportamentos, valores e percepções. E o produto, no caso o alimentício, passa a ter uma carga simbólica muito forte.

De acordo com o artigo 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente o período da infância no Brasil vai até os 12 anos. O marketing se apropria da inocência infantil, onde a criança ainda está em processo de desenvolvimento de sua formação crítica. Dessa apropriação de tratar a criança como um consumidor completo, é que surge o estímulo ao consumo acrítico:

“As crianças interagem com a televisão, muitas vezes, como se fosse seu semelhante. Através desse meio de comunicação, entretanto, elas podem adquirir uma concepção inadequada do que seja um alimento saudável.” (HENRIQUES; SALLY; BURLANDY; BEILER, 2012)

E é justamente na infância e na adolescência que se constrói a personalidade e os hábitos alimentares:

“Hábitos alimentares adquiridos nessa etapa geralmente são levados para a fase adulta, condicionando o estado nutricional e podendo contribuir para o desenvolvimento de doenças relacionadas às práticas alimentares. Portanto, a forma como os valores sobre a alimentação são disseminados na sociedade, considerando a

---

<sup>9</sup> HENRIQUES, Patrícia; SALLY, Enilce Oliveira; BURLANDY, Luciene; BEILER, Renata Mondino. Regulamentação da propaganda de alimentos infantis como estratégia para a promoção da saúde.



importância crescente que a cultura midiática vem assumindo neste processo, deve ser tratada como uma questão de caráter público.” (HENRIQUES; SALLY; BURLANDY; BEILER, 2012)

Logo, além da intervenção governamental no que se diz respeito à regulação da publicidade de alimentos voltada para o público infantil, também se faz importante a promoção das práticas relacionadas a uma alimentação mais equilibrada. Ainda mais quando esta se propõe a resgatar e exaltar a culinária tradicional, com elementos típicos da cozinha brasileira, elementos que devem ser valorizados e resgatados.

## 5.2 A dialética da comunicação

O trabalho aponta para a problemática do papel dos meios de comunicação, que ao se colocarem a serviço do complexo industrial alimentício, criam um apelo e uma ética tão presentes que acabam por determinar de forma unidimensional a nossa relação com o ato de se alimentar. Esse apelo de tão elaborado torna-se onipresente, praticamente invisível, e incentiva o consumo acrítico, que se converte em ameaça quando apresentado e incentivado de forma pouco regulada ao público infantil. Nesse sentido, cabe uma abordagem crítica e dialética do papel da comunicação com a intenção de contribuir com a desconstrução dessa perspectiva hegemônica.

“A publicidade é justamente o mediador entre a produção industrial, desumanizada, e o consumo, humanizado, fazendo a nomeação, a individuação dos produtos, para o consumidor.” (CARRASCOZA, 2008, p.218)

Ao mesmo tempo em que se torna mediadora das intenções da produção industrial, em sua função social os meios de comunicação adquirem papel humanizador, se comprometendo com questões inerentes à qualidade de vida, ao bem-estar social e a saúde pública.

## 5.3 A forma do livro

A literatura infantil apresenta o mundo à criança, estimula o imaginário, propõe perguntas, dá respostas, soluciona conflitos. A literatura pode ser vista como um elemento de

construção individual e social. A colocação de cada palavra se traduz em uma combinação mágica, onde alterado este ordenamento se pode alterar toda a significação de uma narrativa.

“A literatura, por não ter comprometimento com a realidade, mas com o real que ela mesma cria, é ficção e, por natureza, uma fantasia. Deste modo, estimula no leitor a curiosidade e o interesse pela descoberta, permite que vivencie novas situações, alargue os seus horizontes e torna-o mais capaz de enfrentar situações novas.”  
(MANSUR, 2005, p. 2)

Assim, a literatura pode ser usada como um instrumento educativo extremamente eficaz. Palo e Oliveira (2006) alegam de forma crítica que no ocidente a criança é entendida como um ser dependente que deve ser orientada por valores passados pelo adulto, o ser que possui autoridade. A arte literária infantil é uma grande ferramenta para se falar com a criança, um conteúdo adaptado à linguagem infantil é mais facilmente compreendido, dialoga com uma linguagem que a criança tem maior domínio, a criativa relacionada às situações imaginárias. Assim:

“(...) o livro, como mais um produto através do qual os valores sociais passam a ser veiculados, de modo a criar para a mente da criança hábitos associativos que aproximam as situações imaginárias vividas na ficção a conceitos, comportamentos e crenças desejados na vida prática, com base na verossimilhança que os vincula.”  
(PALO; OLIVEIRA, 2006, p.8)

A literatura infantil surge como uma voz para a criança na medida em que dialoga com o que a criança tem de melhor, a sua capacidade imaginária.

“Uma literatura que se esteie sobre esse modo de ver da criança torna-a indivíduo com desejos e pensamentos próprios, agente de seu próprio aprendizado. A criança, sob esse ponto de vista, não é nem um ser dependente, nem um "adulto em miniatura", mas é o que é, na especificidade de sua linguagem que privilegia o lado espontâneo, intuitivo, analógico e concreto da natureza humana.” (PALO; OLIVEIRA, 2006, p.9)

## 6. METODOLOGIA

### 6.1 O processo

O primeiro passo para a estruturação deste projeto se deu com a reflexão sobre a seguinte questão: “como delimitar o tema da regulamentação publicitária no âmbito alimentar sem tornar o assunto repetitivo ou pouco criativo?”. Após conversas com a minha orientadora, a ideia de um produto de comunicação relacionada à temática pareceu-me pertinente. Logo se firmou a proposta de edição de um livro de receitas culinárias. Os passos complementares se centraram na busca por definições para questões como: quem seria o público-alvo? Qual a justificativa para o produto de comunicação?

Em resposta às questões propostas, definiu-se a criança como público-alvo, esta escolha se deu como uma opção pessoal minha, e também, pela pertinência do tema quando relacionado ao público infantil. Foi definido, também, a estratégia de que na temática deveria ser abordada a argumentação dos hábitos alimentares tradicionais como um meio de se obter uma alimentação equilibrada e saudável.

A partir desse ponto, comecei uma pesquisa exploratória onde examinei, observei e avaliei diversos produtos direcionados ao público infantil: filmes, livros narrativos e livros culinários. Quanto aos livros culinários, pude observar que a maior parte deles apresentava uma grande deficiência quanto à promoção de uma alimentação mais equilibrada e brasileira. A grande maioria eram produções estrangeiras com receitas pouco adaptadas aos ingredientes encontrados no Brasil; já as produções brasileiras, salvo poucas exceções, incentivavam o consumo de alimentos pouco saudáveis e que fugiam da temática do alimento tradicional.

Logo após, iniciei a pesquisa para selecionar que receitas deveriam compor o conteúdo do livro. Foi justamente com a fundamentação e os argumentos de Michel Pollan (2008) que obtive a inspiração para defini-las. Realizei então, um levantamento informacional em sites, livros e cadernos familiares de receitas. Pré-selecionadas, realizei a experimentação de cada uma com o objetivo de identificar quais seriam mais pertinentes ao universo infantil. Conteí com a ajuda de uma criança para selecionar estas receitas e classificar seus níveis de dificuldade.

Decidi dar ao livro um tom de brasilidade, ressaltando e resgatando nossa riqueza e tradição culinária. Mas de modo sutil, sem com isso valorizar uma cozinha ou estado específico, e é justamente por isso que na narrativa não é possível encontrar nomes ou caracteres que identifiquem uma cidade em especial.

Adotei a estratégia de estabelecer a narrativa literária infantil como um dos diferenciais do produto. Tal estratégia foi enriquecida com os insumos coletados em pesquisas e leituras realizadas por obras clássicas e populares que perpassaram de Monteiro Lobato, com todo o seu universo de fantasia, ao “O diário de um banana”, obra moderna e de grande sucesso entre o público infanto-juvenil. Durante as pesquisas e leituras acabei construindo, de forma ainda um pouco vaga, o argumento narrativo do livro. Assim, comecei o exercício criativo de imaginar o personagem, as situações envolvidas na narrativa, o local e os diálogos. Aqui, obtive novamente o auxílio da minha orientadora para escolher qual trajeto seguir. Algumas ideias foram descartadas, outras foram adaptadas e, assim, a história começou a ganhar forma.

A partir de então, foi necessário investigar as características da literatura infantil, para isso contei com a ajuda de duas autoras: Maria José Palo e Maria Rosa D. Oliveira (2006). Foi dado então início ao processo de escrita do livro, etapa que demandou o uso e o exercício de minha criatividade.

Terminada a escrita, testei a história lendo-a para crianças. Após alguns ajustes, foi hora de pensar a diagramação, etapa que diz respeito a distribuição dos elementos gráficos contidos na página do livro. Para isso contei com a ajuda de diversos sites, livros, filmes e desenhos que me auxiliaram na criação visual dos personagens e das características do projeto gráfico. O objetivo aqui era expandir o meu vocabulário visual com a busca de referências. Pesquisa feita, foi hora de começar a produção das ilustrações, nesta fase tive que recorrer novamente a uma pesquisa, só que agora orientada para me auxiliar na utilização das técnicas de ilustração e diagramação. Esta etapa foi de extrema importância, pois não tenho o domínio pleno das ferramentas utilizadas para a construção do livro, são elas: Indesign<sup>10</sup>, Photoshop<sup>11</sup> e Illustrator<sup>12</sup>.

Finalizar o livro foi uma etapa complexa, pois, além de ser extenso, ele tem muitos detalhes. Finalizado, foi hora de pedir a primeira versão, com a prova em mãos tive a oportunidade de fazer pequenos ajustes e adaptações que não eram visíveis com o livro em meio digital.

Após a finalização e a impressão do “Férias no fogão”, foi hora de pensar como este seria entregue. Uma caixa adaptada às proporções e características do livro foi a ideia escolhida. A caixa foi produzida para dar ao livro um efeito visual mais elaborado. Esta foi

---

<sup>10</sup> Adobe InDesign é um software da Adobe Systems desenvolvido para diagramação e organização de páginas.

<sup>11</sup> Adobe Photoshop é um software da Adobe Systems desenvolvido para a edição de imagens.

<sup>12</sup> Adobe Illustrator é um software da Adobe Systems desenvolvido para a criação e edição de imagens vetorizadas.

produzida manualmente e eu participei de toda a sua produção. A escolha por uma produção manual se deu para acompanhar as mesmas características visuais do livro. A estampa da caixa foi pensada como uma forma de chamar a atenção e, também, para deixar o visual da caixa esteticamente agradável. O visor da caixa foi criado para funcionar como uma espécie de janela para a personagem Ana Pitanga, então, é ali que ela se apresenta inicialmente ao seu público.

## 6.2 A história da história

O processo de escrita do livro se deu de forma bem dinâmica, este começou com um brainstorm<sup>13</sup> para identificar que tipo de história eu queria contar. Anotadas as ideias, selecionei as que mais me agradaram, logo construí o argumento inicial da narrativa: “a experiência de uma criança quando entra em contato com um universo mágico da cozinha tradicional de sua avó”. Com este argumento, fiz um novo brainstorm para construir um storyline<sup>14</sup>.

Assim, algumas características importantes para a produção do “Férias no fogão” são: o emprego do recurso da ficção como forma de introduzir o tema de forma lúdica; o personagem-narrador como um guia pela experiência culinária; e, o planejamento visual, que engloba as ilustrações, o emprego da cor e a tipografia utilizada, todas pensada como formas de atrair a atenção e gerar empatia com a criança.

O modo escolhido para se contar a história foi o do compartilhamento da experiência pessoal. Para isso, foi criado um narrador-personagem, Ana Pitanga. O sobrenome “Pitanga” não foi escolhido de modo aleatório, foi pensado para gerar uma identificação com o Brasil, por esta ser uma fruta nativa do país<sup>15</sup>. Assim, torna-se uma analogia entre um Brasil, no caso o personagem, descobrindo outro Brasil, o da variedade da comida brasileira.

A técnica da ilustração foi escolhida por ter grande aceitação do público infantil. Mistura traços infantilizados com toques artísticos fazendo com que a criança tenha a liberdade de imaginar como ficará a receita produzida por ela, capacidade imaginativa que fica um pouco restrita se a receita fosse ilustrada por uma fotografia, por exemplo.

---

<sup>13</sup> Brainstorm ou tempestade cerebral é uma técnica utilizada para gerar ideias, produzir conceitos. Consiste em propor e relacionar associações para uma avaliação posterior.

<sup>14</sup> Storyline é o elemento que vai dar as diretrizes para o desenvolvimento da história. É ele que indica a linha que a história deve seguir.

<sup>15</sup> <http://www.embrapa.br/embrapa/imprensa/artigos/2008/pitanga-uma-fruta-especial-2>

“Figuras que, mais do que representar, desejam ser os objetos pertencentes a realidades de outra ordem: aquelas das formas possíveis, cuja existência se deve ao fato de poderem ser imagináveis, independente da conformação da experiência e da razão.” (PALO; OLIVEIRA, 2006, p. 18)

O livro, principalmente o infantil, conta a história não só por meio de narrativa verbal. Uma parte essencial é a narrativa visual, por isso, diagramação, ilustração, tipografia<sup>16</sup>, cor, formato, papel são fatores de extrema importância. Estes participam da construção narrativa.

“A forma do livro e a maneira pela qual estão dispostos os elementos que contam a história ajudarão o leitor a percorrer a narrativa. Tendo em vista que o design do livro realiza também uma mediação da leitura, cresce a importância desta como promotora da leitura.” (NECYK, 2007, p.89)

Por adotar o formato de um diário que retrata as aventuras do personagem-narrador, produzi as ilustrações inspiradas no desenho infantil, por isso os traços e coloração simples em um caráter não real. Para contrastar com este aspecto do desenho infantil objetos reais foram adicionados ao conteúdo gráfico do livro. Isso se deu como uma tentativa de equilibrar a ilustração, dando assim maior variedade visual ao produto editorial e, também, evitando que a ilustração ficasse extremamente infantilizada. Estes objetos reais, em sua maioria, são contornados com o traço preto, utilizado aqui para adaptar os objetos ao estilo gráfico do livro.

No layout<sup>17</sup> do livro foi intencional o uso de imagens sangradas, pois estas dão mais dinamicidade e impacto visual para a composição. As ilustrações foram pensadas como uma forma de trazer suavidade e dinamicidade para a produção. A relação espacial entre o texto e a ilustração foi tratada para que ocorresse uma comunicação entre as duas partes, assim: “Estabelece um elo visual entre o elemento verbal e o textual – texto e imagem apresentam-se visualmente unidos” (NECYK, 2007, p.102). E foi dessa relação espacial entre estes dois elementos que foi sendo construído o layout de cada página:

“Os dois polos do layout são: o texto, que é organizado em torno de uma sequência de leitura; e as imagens, cujos arranjos são determinados pelas considerações relativas à composição, derivadas da produção de imagens. E o equilíbrio entre esses

<sup>16</sup> Tipografia é o conjunto de caracteres tipográficos (fontes) utilizados em um projeto gráfico.

<sup>17</sup> Layout é, de forma resumida, a ideia, a forma, o arranjo ou a composição dos elementos gráficos de uma página, em qualquer suporte.

dois princípios que orienta a descrição dos vários modelos de layout de página.”  
(HASLAM, 2010, p. 141)

O estilo gráfico adotado foi sendo elaborado com o auxílio de inúmeras referências estéticas. Ao longo da execução do projeto percebi que sua aplicação não tem receita pronta. O estilo gráfico vai sendo produzido e aprimorado de acordo com a busca de referenciais e com a própria execução do trabalho. As ilustrações foram feitas diretamente no Adobe Illustrator, são ilustrações vetorizadas<sup>18</sup>, escolhidas por sua praticidade, bem como por serem facilmente alteráveis e manipuláveis. Na produção do livro, por este conter várias ilustrações, não foi utilizada grade, apenas uma estrutura mais simples para orientar as características da parte textual.

“Um grande número de livros ilustrados é projetado sem o uso de grade. Uma vez que o formato e o tamanho do livro tenham sido decididos, as imagens serão desenhadas ou pintadas na proporção da página, o ilustrador ou designer trabalhará a composição dos elementos. O lettering ou a tipografia podem ser aplicados na ilustração, mas geralmente não precisam ser formalizados, nem mesmo por meio de uma estrutura rudimentar de grade.” (HASLAM, 2010, p. 70)

A palheta de cores adotada faz alusão ao universo infantil. Foram selecionadas cinco cores, são elas: azul, laranja, rosa, verde e amarelo, todas pensadas de forma a se equilibrarem e de trazerem dinâmica ao produto. A utilização de cores mais suaves teve a função de equilibrar o uso de texturas em fundos de páginas e ilustrações. Escolhi trabalhar com texturas para ter no projeto gráfico referências visuais ligadas à questão da estética da casa da avó. As texturas do crochê, do pano de mesa, da cortina da janela são características presentes quando se pensa no estereótipo da cultura tradicional brasileira.

O estilo da capa foi pensado para estar em consonância com a parte do miolo do livro, os recursos da ilustração e da textura foram utilizados para trazer mais destaque à capa. A orientação da página escolhida para o livro foi a do retrato, justamente para transmitir a ideia de um diário infantil. Além disso, este formato torna-se conveniente para a leitura e o manuseio do livro, por sua quantidade expressiva de texto. Para a encadernação foi selecionado o WIRE-O, um processo de encadernação em espiral que utiliza suporte feito de aço. O WIRE-O foi escolhido por dar à encadernação uma maior rigidez, um acabamento mais sofisticado e, ainda, permitir que a criança não tenha problema em manusear o trabalho.

---

<sup>18</sup> Vetorização é uma forma de codificação de imagens através de vetores. Imagens vetorizadas podem ser ampliadas, reduzidas e manipuladas sem perda de qualidade.

Haslam (2010) defende que a escolha tipográfica de um livro deve ser feita tendo em vista o conteúdo do livro. E, por isso, o autor elabora uma série de questões que devem ser respondidas para esta escolha. Eu escolhi alguma destas questões para guiar a escolha das fontes utilizadas no “Férias no fogão”. Algumas delas são:

“Qual é o tema do livro? Quem o escreveu? Quando ele foi escrito? Onde ele será composto/impresso? Para quem o livro foi escrito; quem irá lê-lo? O livro é composto como um texto único ou ele contém diversas vozes? A obra inclui histórias marginais independentes? Há uma quantidade significativa de matérias entre aspas? A tipografia deverá ser reproduzida em que cor?” (HASLAM, 2010, p. 98)

Após responder a estas perguntas defini que deveria utilizar duas fontes na produção do livro, são elas: CAC PINAFORE, fonte manuscrita que faz referência à expressão textual, utilizada para ilustrar e destacar a fala dos personagens, mas que no contexto da mancha gráfica se transforma em uma imagem do livro; e KRISTEN ITC, fonte sem serifa, atrativa, divertida e que se comunica bem com o universo infantil. Por último, é importante salientar o tamanho da fonte e o espaçamento entrelinhas foi pensado para um maior conforto visual do público-alvo.

#### CAC PINAFORE

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. : , ; ‘ ” (?! ) + - \* / =

#### KRISTEN ITC

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. : , ; ‘ ” (?! ) + - \* / =



### 6.3 O brainstorm

Ter várias ideias é importante para selecionar aquelas que realmente são interessantes para o trabalho. O brainstorm é um exercício importante para a produção de ideias. Esse exercício no caso do livro “Férias no fogão” não teve um período de tempo definido. As ideias foram surgindo de acordo com o prazo que tive disponível para a produção do livro.

O primeiro brainstorm que fiz foi para a produção do argumento principal do produto, para a grande ideia. Nessa primeira etapa defini que o livro deveria contar uma história que envolvesse três aspectos: comida, descoberta e criança. Em conversas com amigos, familiares e professora orientadora capturei argumentos, opiniões e ideias. O meu primeiro cuidado foi o de conhecer melhor o meu personagem principal, nomeá-lo, definir suas características e sua personalidade. A imagem da personagem logo veio à minha cabeça, tive que a desenhar. E foi olhando para ela, seu vestido, seu rosto, que construí e defini as suas demais características.

Após essa etapa foi hora de pensar a storyline: “a experiência de uma criança quando, com o auxílio de sua avó, entra em contato com o universo mágico da cozinha, da comida para além do produto alimentício”. E foi encarando o computador que o fluxo de ideias surgiu e eu fui escrevendo. Consegui escrever em pouco tempo. Não sei explicar muito bem como todo esse processo de escrita aconteceu, só sei que ele fluiu. E em pouco tempo contei com a presença da avó, do Miguel e da “procura pela receita perfeita” na minha narrativa.

Um detalhe foi de extrema importância em toda a produção do texto narrativo: tive o cuidado de não apagar nada do que eu escrevi durante todo o processo, não descartei nenhuma ideia. Deixei-me ser envolvida por todo o fluxo de ideias que surgiu durante todo o processo. E já com a história finalizada tive que fazer uma grande revisão nela, cortei várias ideias, acrescentei outras, alterei falas, tudo isso sempre visando uma maior qualidade do produto.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi uma experiência enriquecedora e de extrema importância para a minha formação. Fazer uma monografia, talvez significasse me arriscar menos, permanecer na zona de conforto. Além disso, na execução de um produto de comunicação, poderia contar com o preciso auxílio de um diretor de arte, contribuição que daria maior qualidade à programação visual do trabalho. Mas aí, não estaria perdendo uma grande oportunidade para testar minhas habilidades e competências? Na posição de criadora deste produto, me dei ao direito e a ousadia de experimentar e testar meus limites.

Aventurar-me pelo universo mágico da literatura infantil, com o olhar do comunicador, sem ter a pretensão de me apresentar como escritora, se converteu em um grande desafio. Escrever é uma atividade complexa! E ainda mais escrever com a missão de sensibilizar e criar um canal de comunicação com a criança.

A publicidade, os meios de comunicação e os seus produtos podem ser utilizados de diversas maneiras. Podem, como no caso do jingle<sup>19</sup> “compre baton, compre baton”<sup>20</sup> estimular o consumo acrítico, já no caso do livro aqui proposto, pode contribuir para ampliar o direito de acesso e de escolha da comida. Ambas as estratégias são formas alternativas para de se falar com o mesmo público-alvo. Os meios de comunicação podem estar a serviço de qualquer interesse, cabendo aqui, uma avaliação crítica de como usá-los com responsabilidade e ética, no sentido profissional e humano.

Portanto, cabe ressaltar que o direito de escolha da criança em ter uma alimentação saudável está previsto na Constituição Federal<sup>21</sup>. Este direito deve prevalecer sobre o discurso comercial apresentado pelo marketing e pela publicidade. Preservar a criança, apresentar a ela as tradições e a cultura do seu país, estimular a leitura e a formação do senso crítico são questões que devem orientar a atuação de empresas, gestores públicos e sociedade em geral.

---

<sup>19</sup> Jingle é uma mensagem publicitária musicada, elaborada com um refrão simples e de curta duração.

<sup>20</sup> Propaganda do chocolate baton (<http://www.youtube.com/watch?v=sBWu7ibZDVg>)

<sup>21</sup> Constituição Federal de 1988, capítulo II, artigo 6º.

## 8. REFERÊNCIA

### 8.1 Referência bibliográfica

BARBOSA, Livia. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, v. 13, n. 28, 2007.

CARRASCOZA, João. Publicidade: o sonho do consumo e a realidade da produção. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). Comunicação e culturas do consumo. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008. P.217-229.

HASLAM, Andrew. O livro e o design II – como criar e produzir livros. São Paulo: Edições Rosari, 2010.

HENRIQUES, Patrícia; SALLY, Enilce Oliveira; BURLANDY, Luciene; BEILER, Renata Mondino. Regulamentação da propaganda de alimentos infantis como estratégia para a promoção da saúde. Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, 2012. Disponível em:  
<[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141381232012000200021&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141381232012000200021&script=sci_arttext)>  
. Acesso em: 29 de janeiro de 2013.

MANSUR, Odila M. F. de C.. O imaginário na literatura infantil. Perspectivas, Campos de Goytacazes, v. 4, n. 7, p. 9-18, 2005. Disponível em:  
<[http://www.perspectivasonline.com.br/revista/2007vol1n1/volume%201\(1\)%20artigo1.pdf](http://www.perspectivasonline.com.br/revista/2007vol1n1/volume%201(1)%20artigo1.pdf)>. Acesso em: 29 de janeiro de 2013.

NECYK, Barbara Jane. Texto e imagem: um olhar sobre o livro infantil contemporâneo. 2007. Tese (mestrado em design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

PALO, Maria José; OLIVEIRA, Maria Rosa D.. Literatura infantil: voz da criança. São Paulo: Ática, 1986. Série Princípios.

POLLAN, Michael. Em defesa da comida: um manifesto. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008.

ROCHA, Carla Pires Vieira da. Comida, Identidade e Comunicação: a comida como eixo estruturador de identidades e meio de comunicação. 2010. Disponível em:  
<[http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=1923](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=1923)>. Acesso em: 29 de janeiro 2013.

### 8.2 Sites consultados

<http://www.portal.ufpr.br/normalizacao.html>

<http://www.mz.usp.br/portugues/biblio/servicos/diretrizes.pdf>

<http://www.embrapa.br/embrapa/imprensa/artigos/2008/pitanga-uma-fruta-especial-2>

[http://www.infodesign.org.br/2012/1/InfoDesign2012\\_1-5\\_Klohn-Fensterseifer.pdf](http://www.infodesign.org.br/2012/1/InfoDesign2012_1-5_Klohn-Fensterseifer.pdf)

<http://michaelpollan.com/>  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm)  
<http://www.saraivaconteudo.com.br/Materias/Post/44999>  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Kristen\\_\(typeface\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Kristen_(typeface))  
<http://criacria.com/2011/08/29/obra-infantil-de-daniil-harms-publicada-pela-bruaa-em-setembro/>  
<http://www.slideshare.net/ricardorezalmeida/como-diagramar-o-seu-livro>  
<http://revistapacheco.blogspot.com.br/p/como-diagramar-seu-livro.html>  
[http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/opombo/hfe/cadernos/mcluhan/estudo\\_mcl\\_olga.pdf](http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/opombo/hfe/cadernos/mcluhan/estudo_mcl_olga.pdf)  
[http://www.ipv.pt/forumedia/3/3\\_fi3.htm](http://www.ipv.pt/forumedia/3/3_fi3.htm)  
<http://www.youtube.com/watch?v=03X5Nk1j6vU>  
<http://catracalivre.folha.uol.com.br/wp-content/uploads/2010/08/reinacoesdenarizinho.pdf>  
<http://www.charlieandlola.com/>  
<http://loveequalsproduction.wordpress.com/designprojects/>  
<http://sitios.anhembibibliotecas.br/damt/arquivos/22.pdf>

### 8.3 Referencial estético e narrativo

CHILD, Lauren. Tipo assim, Clarice Bean. São Paulo: Ática, 2004.

CHILD, Lauren. Minha Biblioteca Mais Que Ocupadíssima. São Paulo: Ática, 2012.

KINNEY, Jeff. Diário de um Banana - Volume 1. São Paulo: V&R, 2008.

MCDONALD, Megan. Judy Moody – A Garota Detetive. São Paulo: Moderna, 2011.

### 8.4 Filmes, vídeos e documentário assistidos

CRIANÇA, alma do negócio. Disponível em:

<<http://www.youtube.com/watch?v=KQQRHH4RrNc>> . Acesso em 29 de janeiro de 2013.

CONSUMING KIDS. Disponível em:

<<http://www.youtube.com/watch?v=UNJvvYOtm6Q>> . Acesso em 29 de janeiro de 2013.

MUITO ALÉM DO PESO. Disponível em:

<<http://www.youtube.com/watch?v=8UGe5GiHCT4&feature=youtu.be>> . Acesso em 29 de janeiro de 2013.

RATATOUILLE. Direção: Brad Bird. Produção: Brad Lewis. Pixar Animation Studios/Walt Disney Pictures. Animação, 2007, 110min, son, color.

## ANEXO 1 - ORÇAMENTOS

Para a produção do livro foram solicitados orçamentos em gráficas rápidas, consistiram em quatro gráficas diferentes, são elas: Alphagraphics, LM Copiadora, Multigrafica rápida e Central Park. O processo de decisão da gráfica para a produção do material envolveu fatores como o da eficiência, bom atendimento e preço mais acessível. Depois da avaliação destes fatores a gráfica escolhida foi a Alphagraphics. O seu trabalho foi satisfatório, não houve atraso na entrega do material e o atendimento sempre muito atencioso. Mas, creio que o acabamento do material final não foi o desejado, tive que devolvê-lo à gráfica para que fossem feitos alguns ajustes nas peças.

A descrição do material solicitado nos orçamentos:

1. Livro em formato 24X17 centímetros;
2. Miolo: 92 páginas, 4X4 cores e papel couche fosco 150 gramas;
3. Capa: 4x4 cores, papel couche fosco 300 gramas;
4. Acabamento em WIREO.

## ALPHAGRAPHICS



ALPHAGRAPHICS BRASÍLIA  
CLS, 206 Bloco C Lj. 12 - Asa Sul - Cep. 70252-530  
Fone: 61 3242 0077 Fax: [61 3242 0077](tel:6132420077)  
e-mail: [brasil@alphagraphics.com.br](mailto:brasil@alphagraphics.com.br)  
site: [www.brasilia.alphagraphics.com.br](http://www.brasilia.alphagraphics.com.br)

Brasília, 5/02/2013

Proposta nº: 109833  
CATARINA CRISTINA BORGES  
Fone/Cel.: (61) 81326566  
Fax:  
E-mail: [catarinacristina@gmail.com](mailto:catarinacristina@gmail.com)

CATARINA CRISTINA BORGES,

Atendendo à sua solicitação, estamos encaminhando nosso orçamento para o(s) serviço(s) descrito(s) abaixo:  
Serviço(s): **LIVROS**

Quantidade	Descrição	Unit.	Total R\$
6	LIVRO FORMATO 24X17 CM, MIOLO COM 92 PÁGINAS, 4X4 CORES, EM PAPEL COUCHE FOSCO 150GRS, CAPA EM PAPEL COUCHE FOSCO 300GRS, 4X4 CORES, ACABAMENTO EM WIREO.	110,3704	662,24

**Valor Total do Serviço R\$ 662,24**

LM COPIADORA

## ENC: Orçamento

Entrada x



**Adriele - LM Copiadora** <licitacao@lmcopiadora.com.br>

LIVRO FORMATO 24X17 CM, MIOLO COM 96 PÁGINAS, 4X4 CORES, EM PAPEL COUCHE FOSCO 150GRS, CAPA EM PAPEL COUCHE FOSCO **230,00 GRS**, 4X4 CORES, ACABAMENTO EM WIREO. Quantidade: 6 livros

Valor unitário : 178,00

Valor total: 1068,00

Prazo para entrega : 31/01 as 11:30 hrs

OBS : não temos a gramatura 300 g a maior é de 230 gr.

**Att**

**ADRIELE MOREIRA**

**(61) 3234-4873**

**[www.lmcopiadora.com.br](http://www.lmcopiadora.com.br)**

**MULTIGRAFICA RÁPIDA**

PARA : CATARINA RIBEIRO  
VEND: LAILLA  
FONE : 0 81326566  
EMAIL: catarinacristina@gmail.com

É com satisfação que encaminhamos à vossa senhoria proposta de preços, relativo aos serviços solicitados, abaixo relacionados:

Item : 1 LIVRETO

DESCRIÇÃO : IMPRESSAO DE LIVRETO MIOLO COM 92 PAGINAS NO PAPEL COUCHE FOSCO 150G, FORMATO 24X17CM, 4/4 CORES SENDO CAPA NO COUCHE FOSCO 300G 4/4 CORES, ENCADERNADO EM WIRE-O, REFILE.

Quantidade	Preco Unitario	Total do Item	Prazo de entrega
6 R\$	R\$ 155,0000	930,0000	a combinar

Total Geral do Orçamento : R\$ 930,0000

Condição de Pagamento :

Validade deste orçamento :

Para a execução do(s) serviço(s), favor retornar com o número desse orçamento.

Atenciosamente,

Aprovado em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
LAILA HANGEL

\_\_\_\_\_  
CATARINA RIBEIRO

MULTIGRAFICA RAPIDA COPIADORA E SERV. LTDA - CNPJ 08.778.915/0001-34  
SCS QD2 Ed.Pal do Comercio SBLJ 7/15 Tel -(61) 3036-2780



## CENTRAL PARK

### Atendimento

Bom dia,

Conforme solicitado segue orçamento:

SEIS LIVROS FORMATO 24X17 CM, MIOLO COM 92 PÁGINAS, 4X4 CORES, EM PAPEL COUCHE FOSCO 150G, CAPA EM PAPEL COUCHE FOSCO 230G, 4X4 CORES, ACABAMENTO EM WIREO no valor R\$ 1.234,50.

Att,



Silvânia Silva  
Tel: +55 (61) 3327-2216

atendimento@centralparkconveniencia.com.br  
ftp.centralparkconveniencia.com.br